



**PROPUESTA DE APERTURA DE UN RESTAURANTE ESPECIALIZADO EN
CREPES & WAFFLES EN EL HOTEL ZUANA BEACH RESORT.**

AUTOR(ES): WILLIAM ENRIQUE VILORIA

ASESOR(A): RAFAEL TAPIA

**PROYECTO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE TECNOLOGIA
EN GESTION HOTELERA Y TURÍSTICA**

UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS

PROGRAMA DE TECNOLOGIA EN GESTION HOTELERA Y TURÍSTICA

SANTA MARTA D.T.C.H.

2019



TABLA DE CONTENIDO

1.) INTRODUCCIÓN	3
2.) GENERALIDADES DE LA EMPRESA.	4
2.1) ASPECTOS LEGALES, ECONÓMICOS Y ORGANIZACIONALES	4
2.2) FILOSOFÍA INSTITUCIONAL.	9
3) INFORMACIÓN DEL TRABAJO REALIZADO	16
3.1) DESCRIPCIÓN DEL AREA DE TRABAJO	16
3.2) DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES ASIGNADAS:	18
4) AUTOEVALUACIÓN:	19
5) PROPUESTA	20
5.1) IMPLEMENTACIÓN DE DOMICILIOS POR PARTE DE ZU-MERCADO A LAS HABITACIONES DEL HOTEL ZUANA BEACH RESORT	20
5.2) DIAGNÓSTICO	20
5.3) PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:	21
5.4) JUSTIFICACIÓN	22
5.5) OBJETIVOS	24
5.6) OBJETIVO GENERAL	24
5.7) OBJETIVO ESPECÍFICO	24



5.8) REFERENTES TEÓRICOS	25
5.9) PLAN DE ACCIÓN:	29
5.10) CONCLUSIÓN	32
5.11) BIBLIOGRAFÍA	33



INTRODUCCIÓN

Toda etapa de prácticas académicas profesionales es fundamental para el estudiante universitario debido a que esta conlleva al desempeño que el individuo va a tener en su función profesional a futuro, más que todo es un proceso de preparación que enfoca al estudiante a ser competente en toda función asignada por una empresa teniendo en cuenta el sector al que se está preparando.

Dicho proceso de preparación, pone a prueba en un periodo de tiempo de (6) meses, habilidades, conocimientos, destrezas, potenciales del estudiante, las cuales serán reforzadas y complementadas con la práctica en todas las áreas necesarias al momento de comenzar la labor profesional.

Mi nombre es William Enrique Viloría Mejía estudiante del programa de tecnología en gestión Hotelera y Turística de la universidad del Magdalena, he cumplido con todas las labores asignada en una de las empresas Hoteleras y Turísticas más importantes, prestigiosas y relevantes de la ciudad de Santa Marta, departamento del Magdalena más este es el HOTEL ZUANA BEACH RESORT, que cuenta con un sistema organizacional realmente completo y ofrece inmensa cantidad de servicios de calidad a los clientes que optan por confiar en la empresa.

Mi intención como practicante de reconocido hotel, es dar a conocer fortalezas como; adaptabilidad, responsabilidad, innovación, interculturalidad, identificación y resolución de problemas para así, dejar una huella en esta organización, teniendo en cuenta, los



principios y valores corporativos (DISCIPLINA, EQUIDAD, HONESTIDAD, ENTUSIASMO, ALEGRÍA Y BUEN HUMOR Y RESPETO.) de igual modo a todas las orientaciones recibidas por mis superiores en cada departamento por el que transité porque sé que estos serán un gran aporte para mi vida personal y profesional.

En los 6 meses de prácticas profesionales que debo cumplir tengo la responsabilidad de ofrecer una propuesta de valor al Hotel ZUANA, que se basa en las falencias que pueda encontrar a lo largo de mi recorrido y adaptación laboral. Esta propuesta debe ser aprobada por mis jefes inmediatos y revisada por el tutor que me fue asignado para que el proyecto sea claro y conciso, será un gran aporte para la empresa porque la pueden poner a prueba para eliminar falencias en sus procedimientos, como me aportará a mí también como practicante debido a que me conducirá a la obtención de mi título profesional como opción de grado y además me enseñara a resolver problemáticas en otras organizaciones con las que me pueda enfrentar en un futuro.



GENERALIDADES DE LA EMPRESA

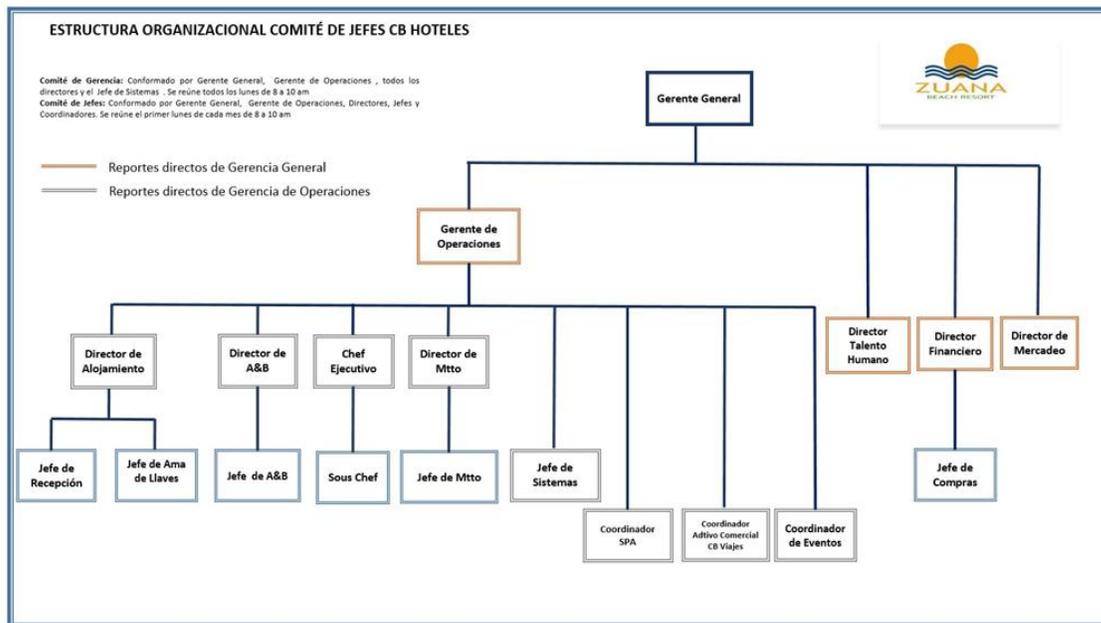
2.1) ASPECTOS LEGALES, ECONÓMICOS Y ORGANIZACIONALES.

Razón Social	C.B. HOTELES Y RESORTS S.A.
NIT	819000986-8
Dirección Principal	Carrera 2 # 6 – 80 Bello Horizonte
Ciudad domicilio Principal	Santa Marta, Magdalena
Teléfono	4380011
Correo electrónico	sig.zuana@zuana.com.co
ARL	Seguros Bolívar
Clase de riesgo	II, III, IV y V
Póliza	233018
Representante legal	Daniel Augusto Cabrales Méndez
Cargo	Gerente General
Responsable SG-SST	Julio Cesar Álvarez Turizo



Cargo	Gestor de Calidad		
Licencia en SST	1056		
Antigüedad operacional	21 Años		
Número de empleados	365		
Actividad económica	2551101: Alojamiento en "hoteles", "hostales" y "aparta hoteles" Hospedaje día a día		
Sucursal	Ciudad	Dirección	Teléfono
Sucursal 1	Bogotá	Calle 134 # 72 - 31	3793939
Sucursal 2	Medellín	Calle 5 SUR # 25 – 181 Apto 202	3006151921
Sucursal 3	Anapoima	800 Metros Vía san Antonio	3203059658

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.



- FIGURA 1: ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL (HOTEL ZUANA BEACH RESORT)

Este organigrama fue elaborado por la gerencia general y el grupo directivo en el que se visualiza las líneas conductuales de cada área. Existen dos gerencias y seis direcciones y un chef ejecutivo que se encarga de direccionar los servicios de la cocina.

CÓDIGO DE ÉTICA



La ética es y ha sido un factor determinante en la cultura de las empresas del Grupo Bolívar y es altamente valorada por nuestros colaboradores, clientes, accionistas y público en general. Es considerada como una parte fundamental de nuestra gestión, dado que hace parte de la conciencia individual y colectiva.

Este código de ética hace parte integral del Sistema de Buen Gobierno Corporativo que han adoptado las empresas del Grupo Bolívar, el cual pretende entre otros aspectos, que la confianza y el valor percibidos por colaboradores, clientes, accionistas y demás grupos de interés aumenten y seamos reconocidos por la mayor percepción de transparencia en nuestra gestión.

Dentro de la declaración del código de ética se evidencia el compromiso que tienen las empresas del Grupo Bolívar y que van relacionados con la sostenibilidad:

ÁMBITO ECONÓMICO:

Enaltecer la imagen de la Empresa con un manejo impecable de mis finanzas, endeudamiento y relaciones comerciales.

ÁMBITO AMBIENTAL:

Mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente, fomentar iniciativas que promuevan la responsabilidad ambiental y favorecer el desarrollo de las mismas.



ÁMBITO SOCIOCULTURAL:

Tratar sin discriminación (de raza, género, religión, limitaciones físicas o de salud, preferencia sexual o nacionalidad) a los consumidores financieros, compañeros y demás grupos de interés.

Cada colaborador que ingrese a la empresa se le socializa el código de ética y se le enfatiza en su adopción e implementación, como evidencia el colaborador firma el formato correspondiente y donde se compromete a cumplirlo (Ver GH-FOR-0121 - Socialización y entrega del código de ética del Grupo Bolívar), este registro queda guardado en el sistema Cóndor Suite para su consulta.

2.2) FILOSOFÍA INSTITUCIONAL.

RESEÑA HISTÓRICA DEL HOTEL

En el año 1.994 se dio comienzo a la construcción del proyecto de lo que hoy se conoce como HOTEL ZUANA BEACH RESORT y cuya razón social es C.B. HOTELES Y RESORTS S.A.

Su construcción estuvo a cargo de Constructora Bolívar empresa perteneciente a las Sociedades Bolívar de la cual también forma parte nuestro Hotel, al igual que otras empresas como, Banco Da vivienda, Leasing Bolívar, Seguros Bolívar, Seguros Comerciales Bolívar, Capitalizadora Bolívar, Cobranzas El Libertador, Fiduciaria Davivienda, Soft Bolívar, Ediciones GAMA, entre otras.



La primera oficina administrativa del Hotel se abrió el 13 de septiembre de 1.996 en las Instalaciones de la Oficina de Ventas de Tiempo Compartido que Constructora Bolívar tenía en el Rodadero.

El 2 de diciembre del mismo año el personal inicialmente contratado (20 personas) se trasladó a las instalaciones del Hotel en Bello Horizonte.

Entre el 3 y 9 de diciembre ingresaron las primeras 80 personas en el área operativa para terminar el montaje y así lograr la inauguración el día 14 de diciembre de 1996.

El sábado 28 de diciembre el Hotel inició su operación con 105 suites, recibiendo nuestros primeros Huéspedes de Tiempo Compartido (450 personas aproximadamente).

El 15 de diciembre de 2012 se inauguró la segunda torre, la cual posee 128 habitaciones y nuevos ambientes atractivos para la satisfacción de nuestros huéspedes.

ORIGEN DEL NOMBRE DEL HOTEL

El nombre del Hotel Zuana Beach Resort tiene su origen en la siguiente leyenda

La mar es madre de los Arhuacos. Se llamaba antes que todas las corrientes de las aguas, Zaku kuareiumnei Atí, en lengua Ika. Y fueron los sabios inventores, MAMA ZUANA y MAMÁ SONAS quienes la convirtieron en mar.

Entre los dos consiguieron dos tubos de carrizo. Con ellos llevaron el agua a una playa, abrieron un pozo. Infundiendo su espíritu, dieron vueltas en círculo y le echaron el agua.



Cuatro viajes hicieron para llevar el agua. El agua se multiplicó. Se extendió a las cuatro partes del mundo, en medio de los cerros y formó la Mar.

Se creó un documento que cuenta el origen del nombre del hotel y un contraste entre los diferentes ambientes y los sitios reconocidos de la región, con el fin de que los colaboradores manejan la misma información (Ver Informe “Sitios representativos de santa marta y la región en la infraestructura del HOTEL ZUANA BEACH RESORT”)

MISIÓN

Zuana Beach Resort se fundamenta en el bienestar y desarrollo de sus trabajadores, la gestión integral y con responsabilidad social, presta servicios hoteleros y administra servicios complementarios y negocios conexos para: Satisfacer las expectativas de sus clientes y demás grupos de interés Maximizar su valor en el mercado.

VISIÓN

Zuana Beach Resort será en el año 2014 la marca líder en el desarrollo hotelero colombiano, modelo de prestación de servicios, gestión de resultados y crecimiento sistémico de sus unidades estratégicas de negocio.

PRINCIPIOS Y VALORES CORPORATIVOS

Por ser una empresa que pertenece al Grupo empresarial Sociedades Bolívar se adoptaron los Cinco (5) principios y valores corporativos del grupo, realizando una campaña de lanzamiento a nivel general en todas las empresas del grupo socializándolos con el lema “DAME ESOS CINCO” identificados a través de una mano resaltada por varios colores, cada dedo significa un valor.

Honestidad

Equidad

Entusiasmo,

Alegría y Buen

Disciplina

Respeto



- FIGURA 2: PRINCIPIOS Y VALORES CORPORATIVOS (HOTEL ZUANA BEACH RESORT)



- *FIGURA 3: PRINCIPIOS Y VALORES CORPORATIVOS (HOTEL ZUANA BEACH RESORT)*



- *FIGURA 4: PRINCIPIOS Y VALORES CORPORATIVOS (HOTEL ZUANA BEACH RESORT)*



- *FIGURA 5: PRINCIPIOS Y VALORES CORPORATIVOS (HOTEL ZUANA BEACH RESORT)*

MODELO DE GESTIÓN

Las empresas del Grupo Bolívar se rigen por un modelo de gestión enfocado en pilares fundamentales para la prestación de un servicio de calidad y enriquecer la vida con integridad por ende el Hotel Zuana Beach Resort adopta estos pilares, que se describen a continuación:

- **FIGURA 6: MODELO DE GESTION (HOTEL ZUANA BEACH RESORT)**





- FIGURA 7: PRINCIPIOS Y VALORES CORPORATIVOS (HOTEL ZUANA BEACH RESORT)



Para que todos los colaboradores del Hotel conocieran estos pilares desde el área de Talento Humano del Grupo Bolívar invitaron a la premier de la película “ZOOTOPIA” en el año 2016, Previo a la función el presidente del Grupo Bolívar Miguel Cortés Kotal realizó una presentación de los pilares e invitando a todos los colaboradores del grupo a adoptarlos e implementarlos en sus actividades.

INFORMACIÓN DEL TRABAJO REALIZADO

3.1) DESCRIPCION DEL AREA DE TRABAJO.

Durante los 6 meses que permanecí en el HOTEL ZUANA BEACH RESORT, iniciando en la fecha; día 11 del mes de MARZO del año 2019, para culminar el día 11 del mes de SEPTIEMBRE del año 2019. Se me fue presentado un cronograma el cual presentaba 3 departamentos operativos del hotel y una duración específica que debía cumplir en el ejercicio de mis funciones, estos son;

AMA DE LLAVES (2 MESES DE DURACIÓN)

ALIMENTOS Y BEBIDAS (2 MESES DE DURACIÓN)

RECEPCIÓN Y RESERVAS (2 MESES DE DURACIÓN)

AMA DE LLAVES

Este es uno de los departamentos que se encuentran divididos en sectores operativos vinculados unos a otro debido que cada uno de ellos depende del resto y si en uno de



estos sectores se da a conocer un desempeño insuficiente, los demás sectores reflejaran ese mismo desempeño.

Las áreas que se me permitió conocer y laborar durante mi periodo de prácticas académicas profesionales, fueron:

LAVANDERIA: En este se lleva a cabo el proceso de selección, organización, y repartición de la lencería del Hotel. Todo este proceso es de vital importancia porque esta es la respuesta de él porque las habitaciones lucen tan impecables.

HABITACIONES: Este uno de los espacios más importantes en los departamentos debido a que es el lugar en el que los huéspedes van a permanecer durante toda su estadía por esta razón debe estar siempre bien presentado para comodidad y satisfacción de ellos.

COUNTER: Espacio proporcionado para que los huéspedes puedan recibir servicio de toallas en el momento que disfruten de las zonas húmedas tales como; las piscinas, Jacuzzi e incluso la playa.

HOSPITALITY: Sala de hospitalidad, un ambiente agradable en donde los huéspedes pueden esperar el tiempo que deseen mientras su check in se confirma o si después del check out quieren permanecer más tiempo en las instalaciones. El lugar cuenta con tv con cable, estaciones de café, baños y duchas.

OFICINA DE AMA DE LLAVES: En este lugar es donde el personal de supervisión se encarga de coordinar todas las actividades relacionadas con el departamento, como;



rectificar que todas las actividades estén bajo control, buscar soluciones a los distintos problemas presentados y dirigir correctamente al personal subalterno.

ALIMENTOS Y BEBIDAS

El Hotel Zuana Beach Resort cuenta con amplios espacios de restaurantes y bares en los cuales podrás disfrutar de su gran variedad de servicios de comidas y bebidas que se acomodan al gusto de cada huésped..

Los siguientes son los espacios ofrecidos por el área de A&B (ALIMENTOS Y BEBIDAS)

- **EL RESTAURANTE NEGUANJE:** Conocido por ser el restaurante principal y por contar con un menú bastante amplio de platos locales e internacionales, además cuenta con un desayuno y almuerzo buffet cada día de la semana muy bien compuesto, espacio de barra de ensaladas variadas, postres, deliciosas bebidas naturales y para los amantes de el vino, el bar cuenta con distintas clases para ofrecer.
- **BAR "MASINGA** Este bar es un espacio cómodo, formal pero a la vez animado, cuenta con una mesa de billar como entretenimiento para los huéspedes, televisores y música agradable para generar un buen ambiente. Los comensales cuentan un menú de alimentos varios y ofrecimiento de bebidas como; cocteles, vinos, cervezas nacionales e internacionales.



- **ZIRUMA SKY BAR:** este espacio está ubicado en el piso 16 de torre 2, tiene una apariencia muy lujosa, con una combinación clásica y moderna, ofrece excelentes bebidas y una excelente vista al mar, tiene gran entretenimiento como show de música en vivo y se puede disfrutar con la especialidad de este espacio, comida oriental como sushi y tapas españolas
- **MINCA SOLARIUM - JACUZZI BAR:** Conocido como un espacio de relajación en donde los huéspedes pueden hacer uso de los jacuzzis y disfrutar de la vista con probando los alimentos y bebidas que se ofrecen allí tales como; snacks, bebidas y cocteles preparados con la mejor disposición.
- **RESTAURANTES EN PISCINAS:** Ubicados alrededor de las zonas húmedas del hotel, donde recibirás un excelente servicio por parte de los meseros y barman, que buscan reflejar en sus platos y bebidas, la belleza del caribe colombiano.
- **ZU BOLERA - SNACKS & COCKTAILS:** Un espacio agradable para pasar en familia junto a una variedad de juegos como la bolera, juegos de mesa, videojuegos especial para disfrutar de las comidas rápidas y malteadas que ofrece este colorido lugar.

RECEPCIÓN Y RESERVAS

Es grato mencionar que la recepción es el corazón del Hotel zuana beach resort, Ubicada tanto en la torre I y II, es donde se supervisa el número de habitaciones disponibles, se registra a los huéspedes, se hacen las reservas, se registran las salidas y se asignan las



habitaciones y tarjetas. En esta área también se realizan funciones de controlar, coordinar, gestionar y brindar diferentes servicios durante la permanencia de los huéspedes dentro de la instalación.

3.2) DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES ASIGNADAS

DEPARTAMENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

Dentro del tiempo estipulado en este departamento tuve funciones variadas en los diferentes espacios (RESTAURANTE, BAR, COCINA, PISCINA, ETC.) realizando labores diarias asignadas por los capitanes de meseros, estas labores eran conocidas como; función cocina, fusión bebidas, apoyo en bar, montaje de barra de ensaladas, apoyo de montaje de buffet, limpieza y organización de las áreas y utensilios de trabajo.

DEPARTAMENTO DE AMA DE LLAVES:

Las funciones que desempeñe dentro de este gran departamento fueron; en el área de lavandería, la identificación, clasificación, selección, desmanche, lavado, secado, planchado, doblado y repartición de la lencería de todo el hotel (sábanas, sobre sábanas, fundas, protectores, cobijas, cubrelechos, toallas, manteles, servilletas limpienes, etc.), adicional a esto, hacer entregas a los huéspedes lencería solicitada a su habitación.

Dentro de las habitaciones, aprendí y ejercí funciones de organización y limpieza de estas teniendo en cuenta, el tipo de habitación y todos los elementos y espacios que esta posee, también apoye como surtidor de productos de mini bares (coca cola, agua y kit de aseo)



al momento en que las habitaciones presentan check out y revisión del menaje (platos, vasos, pocillos, copas, cubiertos, etc.) En cada una.

Y en la parte de aseo, mi labor fue apoyar y supervisar constantemente el personal asignado para realizar la limpieza en todas las áreas necesarias del hotel.

RECEPCIÓN Y RESERVAS

Las actividades que realice en este departamento se vieron representadas proporcionar todo tipo de asistencia e información al cliente del hotel, apoyar con la realización del check-in y el check-out de los clientes, Mantener un control de las personas que entraban y salían del establecimiento, estar al tanto de qué habitaciones están libres, ocupadas, reservadas, o a la espera de llegada de huéspedes y buscar soluciones a los posibles problemas que pueden tener los huéspedes.

4) AUTOEVALUACIÓN

Dentro de todas las funciones que me fueron asignadas a lo largo de los 6 meses de prácticas profesionales, puse en a prueba todos los conocimientos que adquirí en mi formación académica y aprendí sobre los distintos procedimientos que se llevan a cabo en los departamentos del hotel ZUANA BEACH RESORT, es grato resaltar que esto es un plus enriquecedor porque aportará a mi crecimiento laboral y personal.

El trabajo en los distintos ambientes laborales fue un gran reto, cuando hablamos del personal laboral hablamos de distintas personas y distintas formas de trabajar, dentro de



estos ambientes supe manejar las situaciones que se presentaron teniendo en cuenta la forma de pensar de cada uno de mis compañeros y claramente dejando marcada de mi manera de trabajar ya que sé que fue un gran aporte en el tiempo que permanecí en Esta organización.

No puedo decir que me desempeñe en un departamento mejor que en otro porque puse todo mi empeño en cada uno de ellos y siento que el desempeño que mostré fue excelente sin dejar atrás que al principio algunos detalles me costaron más aprenderlos pero al final pude demostrar mi gran rendimiento.

5) PROPUESTA

5.1) APERTURA DE UN RESTAURANTE ESPECIALIZADO EN CREPES

VARIADOS EN EL HOTEL ZUANA BEACH RESORT.

5.2) DIAGNÓSTICO

En la actualidad, Santa Marta es una ciudad que cuenta con una gran cantidad de hoteles reconocidos a nivel nacional e internacional que gracias a los productos y servicios que ofrecen se han posicionado de una u otra forma en lo más alto en cuanto a empresas de prestación de servicio como lo es en el caso del hotel ZUANA BEACH RESORT, gracias a ser un hotel bastante completo muchas de las personas que visitan la ciudad prefieren hospedarse en este espacio sin importar temas como precio, distancia y hasta fechas, porque ya saben que tendrán magníficas comodidades y variadas actividades para



realizar a lo largo de su estadía, sin embargo, hay algo en lo que una organización no se puede confiar, y es en el hecho de creer que lo tiene todo y nadie más lo podrá tener, este es un error muy común que es cometido por empresas de prestación de servicio en la ciudad de Santa Marta debido a que al tener variedad de productos y servicios, se confían de que tienen todo lo suficiente para ofrecer, pero en el momento de que los clientes se aburren, es que estas empresas optan por innovar en cuanto al ofrecimientos de nuevos productos y servicios a su público predeterminado y no tienen en cuenta que en ese preciso momento es que su “público” ya ha investigado o se ha enterado de un nuevo lugar que ofrece mucho más que el anterior.

Y es que no solo basta con ofrecer lo mismo, en la actualidad los clientes ya no se conforman con lo mismo, independiente de lo grandioso que sea el producto ofrecido, con el paso del tiempo ellos buscan más y más, por esta valiosa razón es importante seguir y seguir innovando. Como empresa, analizar qué le falta a su competencia y sabiendo que le falta, sabremos que implementar en nuestra organización claro está, que sea un bien o servicio demandado por el público para así con seguridad fidelizarlos a seguir con nosotros.

NOTA: Para toda empresa es importante recordar este auto pregunta:

¿QUE LE FALTA A NUESTRA COMPETENCIA, QUE NOSOTROS PODAMOS IMPLEMENTAR Y QUE SEA RENTABLE?



Con esta simple pregunta, es un primer paso al camino del éxito de una organización cuya actividad económica se basa en la misma que muchas en un mismo sector.

5.3) PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El hotel ZUANA BEACH RESORT es un hotel que aparte de ofrecer un excelente servicio de alojamiento, así mismo es su calidad en cuanto a temas gastronómicos, el hotel ZUANA cuenta con más de 5 espacios en donde los clientes pueden satisfacer su paladar y estómago con deliciosos y variados platos, al contar con el beneficio que cada restaurante tiene su propia carta, sin embargo esto no es noticia nueva para muchos de los clientes debido a que tanto viejos como nuevos, han surgido muchas preguntas o muchas peticiones en cuanto a temas de la variedad de comida que se lleva a cabo. Dentro de estas preguntas están: ¿EN ESTE HOTEL VENDEN CREPES VARIADOS? ¿DONDE PUEDE CONSEGUIR UN RESTAURANTE DONDE VENDAN CREPES? ¿CUAL ES EL MÁS CERCANO?

Aunque esto suene increíble, son muy notorias y difícil de sacar la cuenta, las veces en las que los huéspedes preguntan por este tema, CREPPES, a pesar de que este tipo de comidas no se ve mucho en nuestra ciudad es algo por lo que las personas gastarían su dinero.

Tenido en cuenta lo anterior mencionado, son pocas los comentarios o ideas de los funcionarios del hotel lanzadas al aire acerca de la apertura de un establecimiento basado



en este tipo de alimentos, de esta manera se está desaprovechando una fuente generadora de ingresos y algo aún más importante, la atención de nuestros clientes.

Teniendo en cuenta que es un tema muy demandado por las personas que están hospedadas en el hotel, solo imaginar que el hotel cuenta con 330 habitaciones y casi siempre la ocupación es bastante alta con decir que 100% es algo normal ver en diversos momentos, esto debería ser una motivación para ejercer algo que tiene como posibilidades ser un éxito.

5.4) JUSTIFICACIÓN

¿Cuáles fueron los motivos que llevaron a realizar las propuestas?

En el transcurso del recorrido laboral al conocer y analizar los procedimientos y detalles de cada área, siempre se pueden encontrar posibilidades de algo por implementar o mejorar, en este caso es notoria la necesidad de implementar algo nuevo en el departamento de A&B más específicamente implementación de nueva variedad gastronómica , basándonos en que un porcentaje bastante alto de los huéspedes que están hospedados en las instalaciones del hotel, prefieren consumir alimentos de las distintas jornadas por fuera de estas, sin importar si el lugar donde van a consumir está lejos o cerca, y para un sector como Bello Horizonte, en donde está ubicado este resort es importante facilitar y ofrecer diversas opciones a las personas pagan por nuestros servicios esto con el fin de que sigan estando con nosotros, este nuevo aporte será reflejo de mejoramiento en cuanto a suficiente ofrecimiento de productos y servicios en uno de



los departamentos operativos más importantes como lo es AYB y además usar este proyecto como mecanismos para el progreso y satisfacción de dos importantes partes interesadas, la empresa y los clientes.

Adicional a esto, otro de los motivos por los cuales me llevaron a elegir esta propuesta fueron que en la ciudad de Santa Marta no es usual ver en los hoteles una carta especializada en CREPES VARIADOS de hecho ninguno de los hoteles que están ubicados en el sector de Bello Horizonte manejan un espacio con gastronomía especializada en este tipo de alimentos por eso es importante dar el primer paso y ofrecer lo que los demás aún no han ofrecido, esto es un plus para atraer mas personas y llevarlas a un grado de convencimiento de que somos la empresa que desean y mientras estén hospedados en esta, nada referente a satisfacción les va a faltar.

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

¿Por qué es necesario innovar en cuanto a temas gastronómicos?

¿Por qué los CREPES son un tipo de plato bastante demandados por los clientes en un hotel?

¿En qué tipo de alimentos se posicionan los CREPES?

¿Por qué a ninguno de los hoteles en Santa Marta se le ha ocurrido la idea de implementar una carta especializada en CREPES VARIADOS?



5.5) OBJETIVOS

5.6) OBJETIVO GENERAL

- Implementar una nueva especialidad gastronómica en el hotel ZUANA BEACH RESORT basada en CREPES & VARIADOS.

5.7) OBJETIVO ESPECÍFICO

- Motivar a los huéspedes a hacer uso de nuestros restaurantes
- Atraer a personas particulares a tomar el servicio de esta nueva especialidad gastronómica
- Diferenciar el Hotel ZUANA de otros hoteles, al contar con un restaurante que maneje especialmente CREPES VARIADOS.
- Generar nuevas fuentes de ingreso con este nuevo servicio
- Evaluar el nivel de aceptación que tendrá dicho servicio en el hotel por parte de los huéspedes.
- Buscar soluciones o mejoras teniendo en cuenta las sugerencias o quejas de los huéspedes y particulares acerca de la nueva especialidad gastronómica.

5.8) REFERENTES TEÓRICOS.



“La innovación es algo diferente que tiene impacto”

Scott D. Anthony

Y la primera pregunta que se viene a la mente al leer a Scott D. Anthony es: ¿con respecto a qué o quién?, la primera persona en corroborarlo sería el comensal y sería importante distinguir claramente entre la creatividad y la innovación. La creatividad genera cosas diferentes a lo conocido, pero difícilmente parte de una estructura, la innovación tiene intrínseca la creatividad y más valor porque genera impacto. En los sueños somos creativos (genios al 1%), en la vida si los llevamos a cabo y los hacemos tangibles a los demás somos innovadores (transpiradores al 99%). Habrá entonces que tener muy claro que la innovación genera ventajas competitivas personales y organizacionales, al llevarla a cabo de forma organizada satisfaciendo necesidades, generando oportunidades y comunicándose adecuadamente a todos los interesados.

Fueron los programas espaciales de la NASA los pioneros en implementar el desarrollo de nuevos productos y generar un proceso de innovación en la década de los sesentas (Cooper, 2001), mostraron el cómo hacer innovación paso a paso, y generaron las primeras propuestas para llevar a lo tangible lo imaginable.

En la industria gastronómica existen múltiples ejemplos de organizaciones innovadoras, que son competitivas y muchas veces líderes en el mercado, e importante no es solamente saber lo que hacen, sino también cómo lo hacen. Estas organizaciones conciben la



innovación como el medio de adaptación, superación y desarrollo de ventajas y competencias.

Lo que posiblemente es lo más reconocido por todas las personas es el proceso de innovación de los platillos dentro de los restaurantes de alto prestigio. Y se preguntarán los que se dedican a atender a todas las personas, ¿cómo logran hacer todo esto? La respuesta es sencilla: siguen una metodología que les permite innovar constantemente y la hacen parte de su cultura organizacional que consta de 6 pasos:

1. Generación de la idea
2. Proyección
3. Análisis de Negocios
4. Desarrollo del concepto
5. Pruebas finales
6. Comercialización

Existen algunas limitantes y hay varias cosas que mejorar sobre los modelos, por ejemplo, Harrington (2004) señala varias limitaciones de los modelos genéricos de procesos de innovación de productos y productos alimenticios y su aplicabilidad a entornos de servicios de alimentos «en tiempo real». Específicamente, sugiere la necesidad de un modelo más orgánico que sea interdisciplinario en la naturaleza integrando la planificación estratégica de la acción, las consideraciones de la



comercialización, la ciencia de la comida y las perspectivas culinarias del conocimiento para lograr una representación más verdadera del proceso.

Existen pocos estudios de carácter científico y con una metodología aceptada, documentada innovación gastronómica publicada, podemos mencionar que en Alemania se realizó una investigación con el objetivo de comparar y contrastar el proceso de innovación descrito por los chefs con estrellas Michelin con los modelos de proceso de innovación teórica existentes. Los resultados de ésta investigación indicaron que el proceso de desarrollo de los chefs con estrellas Michelin tienen similitudes y diferencias con los conceptos tradicionales de desarrollo de nuevos productos. Los procesos de innovación de los chefs Michelin no incluyen una etapa de análisis de negocios y debido a la simultaneidad de la producción y el consumo, la importancia de los factores humanos en la prestación de servicios, los empleados, desempeñan un papel más importante en la innovación gastronómica que en otras situaciones de innovación. Además, los procesos de innovación de estos chefs no implementan un sistema de evaluación integral.

Existe una gran oportunidad para todas las personas y organizaciones interesadas en innovar, el medio más adecuado es la investigación científica, y si tenemos tanta creatividad en el medio gastronómico, es momento de hacerla tangible y comunicar; para dar valor a nuestro proceso de elaboración, servicio y consumo de alimentos y bebidas.

Referencias:



- COOPER, R.G. (2001), WINNING AT NEW PRODUCTS, ADDISON-WESLEY PUBLISHING COMPANY, READING, MA.
- MICHAEL OTTENBACHER ROBERT J. HARRINGTON, (2007),»THE INNOVATION DEVELOPMENT PROCESS OF MICHELIN-STARRED CHEFS», INTERNATIONAL JOURNAL OF CONTEMPORARY HOSPITALITY MANAGEMENT, VOL. 19 ISS 6 PP. 444 – 460
- HARRINGTON, R.J. (2004), “PART I: THE CULINARY INNOVATION PROCESS, A BARRIER TO IMITATION”, JOURNAL OF FOODSERVICE BUSINESS RESEARCH, VOL. 7 NO. 3, PP. 35-57

5.9) PLAN DE ACCIÓN.

Es válido reiterar que el Hotel ZUANA BEACH RESORT tiene una gran ventaja en comparación con muchos hoteles de esta ciudad y es el ofrecer un servicio de alojamiento excelente y simultáneamente cuenta con muchos espacios gastronómicos que no simplemente se basan en una muy buena comida, sino también en especialidades que atraen a los clientes con tan solo ofrecerlos, siendo más específicos, este resort cuenta con 6 restaurantes cuyos alimentos tienen ciertas especialidades, tales como:

Platos internacionales, orientales, snacks, fast food etc.

Es un gran beneficio para este hotel debido a que sus huéspedes tendrán diversas opciones para elegir, pero por qué no implementar algo nuevo, un detalle que no



podemos olvidar es que los clientes hoy en día ya no se conforman con lo mismo, así sea bastante la cantidad de servicios que se ofrecen, ellos quieren más y esto es un punto que nunca podemos olvidar porque para el sector turístico, la innovación es necesaria y más constantemente.

CRITERIOS, PREGUNTAS Y RESPUESTAS PARA IMPLEMENTAR EL SERVICIO DE DOMICILIO A LAS HABITACIONES DEL HOTEL ZUANA BEACH RESORT POR PARTE DE SU SUPERMERCADO.

A Continuación, podremos observar varias dudas con sus respectivas aclaraciones de cómo llegaremos al éxito de la propuesta ofrecida:

¿Cuál es la nueva especialidad ofrecida en el restaurante?

La especialidad ofrecida será de CREPES VARIADOS de diferentes tipos como; dulces, salados, vegetarianos, con sus respectivas entradas y bebidas.

¿A quién va dirigido este nuevo servicio?

A todos los huéspedes del hotel ZUANA que cuenten y estén registrado en cada una de las 330 habitaciones de las dos torres, tanto socios como particulares.

¿Por qué medio se promocionará esta nueva oferta gastronómica?

Los medios por los cuales será promocionada esta nueva especialidad gastronómica van a ser:



Pantallas de los pasillos de las instalaciones del hotel.

Vía telefónica, realizando llamadas informativas acerca de esta nueva variedad

Por medio de las páginas web del hotel ZUANA

Vía correo electrónico, con autorización de los huéspedes en cuanto a la aceptación de mensajes publicitarios a sus e-mails

De manera verbal por medio del check – in

Ofrecimiento de la carta en los restaurantes del hotel

¿Tendrá descuento alguno esta especialidad?

Para socios ZUANA, se les otorgará el descuento que se viene manejando desde hace mucho tiempo, es del 20% en alimentos y 10% en bebidas

¿Quiénes van a ser las personas encargadas de hacer que esta especialidad sea ofrecida u otorgar información acerca de esta?

Capitanes de meseros, meseros (fijos, extra fijos y extras), anfitrión de alimentos y bebidas, barman y supervisores de AYB.

¿Cómo vamos a obtener el personal?

Al personal actual, se le asignan funciones nuevas en el área en la que se establezca la nueva especialidad y en el caso que sea necesario contratar, se ofertarán nuevos cargos en el área de AYB y se llevará el proceso de selección a la cantidad limitada y mejor



preparada en la oferta laboral teniendo en cuenta que todo este procedimiento será ejercido por el área de recursos humanos.

¿Cuánto personal se obtendrá?

La cantidad considerada por el área de recursos humanos y alimentos y bebidas

¿Cuál será el horario en el cual se prestará el servicio?

El horario pertinente para el consumo de este tipo de alimentos será de 02:00 PM a 10:30 PM considerando que es un plato que no es muy consumido en las horas de la mañana

**PLATOS A OFRECER CON BASE A LA ESPECIALIDAD DE CREPES
VARIADOS**

A continuación, vamos a observar cada uno de los alimentos ofrecidos como platos, la respectiva (a/o) s recetas estándares, análisis de cárnicos, informando que los platos estarán clasificados en 6 tipos:

**ENTRADAS, CREPES CLÁSICOS, CREPES CON HELADOS, CREPES
VEGETARIANOS, CREPES SALADOS Y BEBIDAS.**

Adicional a esto, estará reflejada una lista de precios promedio de muchos productos del supermercado Rapimerca con base en el año 2017 como estructuración para las recetas estándares y análisis de cárnicos, considerando que la información acerca de los



proveedores del HOTEL ZUANA BEACH RESORT y los precios que estas partes manejan, pueden ser algo confidencial.

También se podrá observar una carta menú, creada por mi persona (Autor del proyecto de grado)

NOTA: Toda la información que se estará proporcionando a continuación, autorizo modificaciones (cambios de precios tanto de la lista de mercado como de la receta estándar, ingredientes y gramajes de cada una de las recetas, imágenes de la carta, eliminación de los productos que considere la empresa que no tendrán impactos, etc.)

ENTRADAS

Pimentones rellenos

Croquetas de pollo

Aros de cebolla.

CREPES CLÁSICOS

Explosión de chocolate

Caramelo y almendra

Miel y nueces

CREPES CON HELADO

Fresa mix



Arequipe y banano

Nutella y maní

CREPES VEGETARIANOS

Espinaca y queso

Champiñones

Mediterráneo

Champiñones y queso crema

CREPES SALADOS

Salmón y champiñones

Mix

Pollo y champiñones

Mexicano

Carne

Fruto del mar

Carne de cerdo

BEBIDAS

Granizada de mora

Granizada de limonada



Batido de fruta fresca

Batido de frutos rojos

Sorbete de fresa

Limonada de hierbabuena

Gaseosa (Coca-Cola, Manzana, Cola, Soda, 7UP, colombiana, Canadá drive).

Agua

DATOS PARA LA REALIZACION DE LA PROPUESTA

Estos son los puntos a tener en cuenta en la realización del proyecto y junto a ellos, los nombres de los documentos de cada formato, en ellos se detallan los datos de realización de cada plato como; gramaje, mililitros, precios, productos, e imágenes de menú teniendo en cuenta la especialidad que se ofrece.

- **LISTA DE PRECIOS**

[LISTA DE PRECIOS INFORME.docx](#)

- **SUB RECETAS**

[SUB RECETAS INFORME.docx](#)

- **ANALISIS DE CARNICOS**

[ANALISIS DE CARNICOS INFORME.docx](#)

- **RECETAS ESTÁNDARES**



[RECETAS ESTANDARES INFORME.docx](#)

- DISEÑO CARTA MENU

[CARTA MENU INFORME.pdf](#)

5.10) CONCLUSION

Toda empresa por más grande o pequeña que sea dentro de los análisis de búsqueda de problemas siempre va a tener algo a lo que amerite solución, sin embargo gran parte de las veces no se busca una respuesta a esos interrogantes por más mínimo que sea, esto lleva a la empresa a bajar su rendimiento poco a poco por eso es importante ir más allá de lo común y hallar algo que pueda cubrir ese vacío con el que se cuenta, siempre teniendo en cuenta, la innovación, competencia y algo muy importante es un apoyo que no afecte nuestro entorno tanto para nosotros como para los clientes.

Los detalles más pequeños, son los que al final resultan ser los más importantes.

5.11) BIBLIOGRAFIA

- INFORMACION GENERAL HOTEL ZUANA BEACH RESOR. (REF.: HOTEL ZUANA BEACH RESOR)
- COOPER, R.G. (2001), WINNING AT NEW PRODUCTS, ADDISON-WESLEY PUBLISHING COMPANY, READING, MA.
- MICHAEL OTTENBACHER ROBERT J. HARRINGTON, (2007),»THE INNOVATION DEVELOPMENT PROCESS OF MICHELIN-STARRED CHEFS», INTERNATIONAL JOURNAL OF CONTEMPORARY HOSPITALITY MANAGEMENT, VOL. 19 ISS 6 PP. 444 – 460



- HARRINGTON, R.J. (2004), "PART I: THE CULINARY INNOVATION PROCESS, A BARRIER TO IMITATION", JOURNAL OF FOODSERVICE BUSINESS RESEARCH, VOL. 7 NO. 3, PP. 35-57
- [HTTP://WWW.SABOREARTE.COM.MX/INNOVACION-GASTRONOMICA/](http://www.saborearte.com.mx/innovacion-gastronomica/)